Sujet 6 : « Notre littérature, la plus aristocratique d'Europe, formée par le goût de la Cour de Paris n'est jamais parvenue véritablement jusqu'aux masses. A part quelques fables de La Fontaine restées dans la mémoire des enfants (et que les adultes considèrent comme enfantines), aucune de ses œuvres maîtresses n'a pu devenir vraiment populaire. Nous touchons là un point vulnérable de notre culture. Elle est puissante, hardie, elle a poussé la technique littéraire jusqu'à ses extrêmes limites, mais par là même, elle demande une initiation et reste le privilège d'un public restreint. »

Jean Schlumberger.

Que pensez-vous de ce jugement d'un critique français contemporain ?

III. Sujet traité : sujet 1

Recherches préliminaires sur le sujet 1

La phrase est simple et courte : il faudra donc l'expliquer minutieusement.

Cette phrase ressemble un peu à un commandement catégorique : l'on doit ainsi instaurer une discussion.

Elle est, enfin, assez abstraite : il faudra l'illustrer. Constituez-vous, avant de rédiger, une petite somme d'exemples de livres confirmant ou infirmant la phrase du libellé.

I. Introduction (en 3 points)

a) Du général au particulier

Evoquez les divers moyens employés pour inciter les gens à lire : les conseils de l'école, des amis, des parents, les bibliothèques, les bibliobus, les émissions et les revues littéraires, les concours des éditeurs et, assurément, la publicité.

b) Introduire le sujet

C'est ainsi qu'une campagne publicitaire nationale affirme : « Un livre et tu vis plus fort. »

c) Suggérez le plan

Une telle formule péremptoire demande explication avant discussion.

II. Développement

A. EXPLICATION

1) Mini-introduction (suggérant les subdivisions)

Un slogan publicitaire est toujours minutieusement pesé dans son libellé. Une explication littérale s'impose donc.

2) Développement

a) « un livre » : le singulier et l'article indéfini suffisent à exprimer l'extraordinaire liberté de choix que propose la lecture, liberté accrue par

la facilité d'accès au livre qui reste peu onéreux (pensons à nouveau aux bibliothèques). La lecture : rien à perdre, tout à gagner.

b) « et tu » : ce pronom personnel a deux fonctions. Il établit une relation de cause à effet entre la lecture et la fin du slogan ; il crée par ailleurs entre le livre et l'interlocuteur (tu) un rapport privilégié dépourvu de barrière intellectuelle. Le livre devient le confident, comme dirait Musset : « un ami qu'on aborde, avec lequel on cause. Moitié lui répondant et moitié l'écoutant ».

c) « tu vis plus fort » : qualitatif et quantitatif sont en jeu. Le livre nous éclaire psychologiquement sur nous-mêmes et sur notre rapport aux hommes ; il élargit nos connaissances et accroît l'intensité de notre vie.

N.B. : Ne poussez pas plus loin cette partie explicative, car vous risqueriez d'empiéter sur votre discussion.

3) Conclusion partielle

Une formule tentante par sa simplicité (notez son côté « vente d'un produit miracle ») et efficace par ses termes impératifs.

Transition : nous ne sommes pas encore sous l'emprise de Big Brother (G. Orwell, *1984*) ; un slogan peut se discuter.

B. DISCUSSION

1) Mini-introduction

Tout texte publicitaire repose sur des données réelles et raisonnées ; mais sans être publiphobe, l'on peut être « publi-juge ».

2) Développement

a) la thèse

- Tu vis plus fort

Dans le domaine du savoir

— savoir pratique : enrichissement de notre style, de notre vocabulaire ;

— savoir encyclopédique : le livre élargit à l'infini le champ de nos connaissances ;

— savoir psychologique : les biographies, l'analyse des rouages sentimentaux (ex : l'amour chez Racine, Stendhal ou Mme de La Fayette) ;

— savoir historique : livres consacrés à l'Histoire (Georges Duby) ou livres historiques romancés (des « *Chouans* » à Jeanne Bourin) ;

— savoir philosophique : de Montaigne à Pascal ;

— savoir religieux : livres sacrés *(La Bible, le Coran)*, livres de mystiques (Saint Jean de la Croix, Sainte Thérèse d'Avila).

- Tu vis une ou plusieurs vies

— L'identification fréquente aux personnages qui se prêtent à être des héros-types : les d'Artagnan, les Maigret, les Jean Valjean...

— La vie « multipliée » : grâce à leurs autobiographies, nous sommes tour à tour, Montaigne, J.-J. Rousseau, Chateaubriand.

• La force des trois « A »

Vivre plus fort, c'est accéder à bon marché (le prix d'un livre de poche) à :

— l'Amour : les Mémoires de Casanova ;

— l'Argent : Rastignac ou les héros de « la Curée » ;

— l'Aventure : les livres d'exploration, d'expéditions ; le romanesque, l'espionnage, la science-fiction, etc.

Rappel : pour éviter le devoir catalogue, analysez certains de ces exemples. Le système du plan détaillé ne nous y autorise pas toujours.

Transition : l'on peut vivre plus fort mais dangereusement ; la lecture aussi nous y conduit.

b) Une antithèse paradoxale : un livre et tu meurs

— Une lecture qui engourdit

Elle devient une drogue assoupissante ; l'on réclame sa « dose » de romans policiers, de romans d'amour.

— Une lecture qui écarte de la vie réelle

Ainsi la littérature l'emporte sur la réalité ; l'on se fait une fausse idée de soi-même et d'autrui.

Expliquez ce qu'est le bovarysme.

La vague des collections dites « sentimentales » (Harlequin, Turquoise, Delly) ne va-t-elle pas dans ce sens ?

— Une littérature qui prône la destruction, la corruption

Immoralité dans une époque donnée ; danger de suivre, au pied de la lettre, les conseils de Baudelaire pour échapper au Spleen : le vin, le satanisme, la mort ; danger d'appliquer « l'acte gratuit » de Gide ou d'illustrer tragiquement, comme Violette Nozière, le fameux *« Famille, je vous hais »*.

Appel à la pornographie : de Sade à l'Enfer de la Bibliothèque nationale.

Appel au meurtre par le suicide (*« Suicide, mode d'emploi » :* des recettes pour se suicider), par le génocide (*« Mein Kampf »* d'Hitler).

Appel à la révolte, dans tous les domaines et selon son éthique : révolte religieuse (le Testament de l'abbé Meslier, virulent pamphlet écrit durant la Révolution française), révolte politique violente (des manuels de guerilla de Che Guevara aux conseils pratiques des anarchistes).

3) Conclusion partielle

Flaubert le prétendait déjà : « Lire, c'est vivre plus fort », mais parfois à quel prix !

III. Conclusion (en 3 points)

a) Reprise des conclusions partielles

Un conseil qui se révèle avoir eu une certaine influence par sa formulation : à l'époque, d'ailleurs, le support publicitaire en était particulièrement soigné, puisque chaque artiste pour illustrer ce slogan vantait les mérites d'un livre. Conseil judicieux ? Cela dépend, nous l'avons vu, de qui lit et de ce qui est lu.